



Industry
Canada

Industrie
Canada

Government
Publications

CA 1
IST 120
- B76

3 1761 11765257 8

Business Plan

2002-2003

Office of
Consumer
Affairs



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117652578>

MANDATE

Promote the interests of Canadian consumers

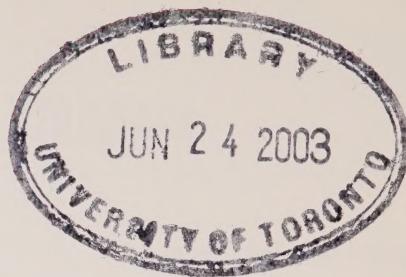
The mandate of the Office of Consumer Affairs (OCA) derives from that of the Minister of Industry, under the *Department of Industry Act*, "to promote the interests and protection of Canadian consumers." The promotion and protection of the consumer interest is a key aspect of achieving Industry Canada's departmental strategic objective of a fair and efficient marketplace.

The Office of Consumer Affairs works in partnership with other federal, provincial, and territorial departments and agencies, international organizations and non-government organizations responsible for consumer protection to achieve its objectives. This document highlights some of the Office's major accomplishments during the term of its last business plan, and sets its course for 2002-2003.

THE CONSUMER ENVIRONMENT

Over the past 10 years, major changes in the marketplace have brought significant benefits to consumers—as well as new challenges. New technology, growing international trade and deregulation have provided many new products and have radically changed the ways in which goods and services are marketed. Consumers have seen a substantial increase in the number of products available, greater market responsiveness to perceived consumer needs, and far more consumer choice.

Consumers who are well informed and well off are in a position to experience significant improvements in their welfare, and to make the contemporary marketplace work to their advantage.



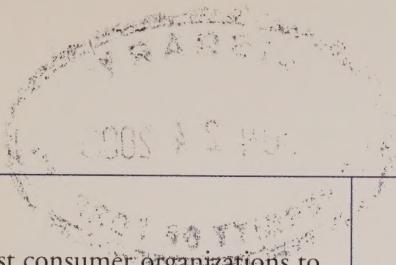
On the other hand, many Canadian families experienced little tangible improvement in their standard of living over the past decade, while their debt levels increased. For those consumers who are less well off, who have less time to devote to understanding a more complex and information-intensive marketplace, or who may be less well informed, the results have often been less choice, more uncertainty and more risk.

The longer-term challenge for the Office of Consumer Affairs will be to promote a better understanding of these changes in the Canadian marketplace and to help define how government can respond to them more effectively.

FIVE STRATEGIC GOALS

Through its activities with the public and private sectors, the Office of Consumer Affairs uses information and innovative policy instruments to complement and support consumer protection regulation. Over the next two years, the OCA will work to fulfill its mandate through the achievement of five *Strategic Goals*:

- Assist consumers in obtaining information on how to protect their interests in the marketplace,
- Influence the formulation of government policies to reflect consumer interests,
- Promote cooperation in the development of consumer policies across Canada,



MAJOR ACHIEVEMENTS AND ONGOING ACTIVITIES (1999-2002)

- Assist consumer organizations to represent consumer interests effectively to government and the private sector, and,
- Work with the consumer movement and the private sector to develop new approaches to consumer protection.

Consumer Information

- In 2000, the Office of Consumer Affairs launched the *Canadian Consumer Information Gateway*, an Internet portal designed to radically improve public access to consumer information. The Gateway provides fast, easy access to the consumer information of 40 federal and 250 provincial and territorial departments and agencies, as well as 150 non-profit organizations. In 2002, the OCA added a new service to the Gateway, the "Complaint Courier," to help consumers complain more effectively and efficiently.
- The OCA also launched a series of new Web-based **information products** designed to help consumers protect their interests when dealing with key aspects of

the changing marketplace. These products are located at "Consumer Connection" on Strategis, Industry Canada's business and consumer information Web site. They include information and interactive tools dealing with: privacy; shopping safely on-line; money management; avoiding fraud; and calculators to help lower the costs of credit cards, banking packages and mutual funds.

- Together with its provincial and territorial partners, the OCA released the *Canadian Consumer Handbook 2002* on CD-ROM, now available through public and academic libraries across the country, as well as on the Internet.
- The OCA developed *Consumer Complaints Management: A Guide for Canadian Business* (prepared for federal, provincial and territorial ministers) and associated case studies on market-based redress.

- The OCA continued to publish its *Consumer Quarterly*, both in hard copy and on "Consumer Connection." During the past year, the Consumer Quarterly released special issues on: helping young consumers surf the Internet shrewdly and safely; the work of federal, provincial and territorial ministers of consumer affairs; and consumers and standards.
- The OCA published *annual reports* on Financial Service Charges and periodic reports on Credit Card Rates.

Government Policies and Interjurisdictional Activities in the Consumer Interest

- Through the joint federal-provincial-territorial Consumer Measures Committee, the Office of Consumer Affairs helped to develop joint work plans to advance the consumer protection agenda in key areas: *electronic commerce, consumer redress, disclosure of the cost of credit, rules governing the actions of collection agencies, and cooperative enforcement* of consumer protection laws across the country.
- The OCA organized a *forum of federal government offices that deal with consumer issues*. The goals were to help participants: better inform each other of their consumer protection priorities; gain a broader understanding of consumer issues in the present marketplace; define areas of mutual assistance; and enhance

their abilities to fulfil their consumer protection and information responsibilities.

- The Electronic Funds Transfer Working Group, chaired by the OCA, conducted an evaluation of operations related to the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services. The evaluation should be made public in the fall of 2002.
- The OCA chaired the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) working party that developed the *Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce*. The OCA continues to work with the OECD consumer policy committee to promote implementation of the guidelines.

Working with Consumer Organizations

- Between 1999 and 2002, 60 organizations submitted 261 project proposals to the Office of Consumer Affairs' *Contributions Program for Non-Profit Consumer and Voluntary Organizations*. On average, 11 organizations receive funding under the Program each year. Projects addressed issues relating to financial services, consumer credit, electronic commerce, energy deregulation, sustainable consumption, auto retailing and repair, biotechnology, privacy, standards, and telecommunications. Seven development projects were also awarded to help organizations achieve greater financial self-sufficiency. In 2001–2002, the funding budget was increased from \$1,000,000 to \$1,690,000 annually.
- The Office of Consumer Affairs worked with consumer groups to

improve their capacity to influence the policy-making process. The OCA assessed their project reports and conducted bilateral meetings with each group to assist in their future research activity and representation of consumer interests.

Developing New Approaches to Consumer Protection

The Office of Consumer Affairs worked on many fronts with many partners to advance the consumer interest in a variety of areas, including:

- exploration of potential consumer issues and solutions in the field of *genetic privacy*,

- continuing work on the development of a voluntary labelling standard for *genetically modified food* products,
- development of a code of practice for *consumer protection in electronic commerce*,
- continuing work regarding *objectionable content* in various communications media,
- participation in a working group on ethics and public confidence relating to *biotechnology*,
- contribution to federal government responses to outside reports, such as those of the House Agriculture Committee, the Health Committee and the Canadian Biotechnology Advisory Committee, and,
- participation in the development of an international standard on complaints handling.

AWARDS AND RECOGNITION

Canadian Consumer Information Gateway

Technology in Government - Distinction Awards 2001

Gold - Innovative Partnerships and Alliances for Public Service Delivery

Gold - Leadership - Annual Achievement

Commonwealth Association for Public Administration and Management-International Innovations Awards Programme 2002, Finalist.

OUR FOCUS, 2002-2003

Assist Consumers in Obtaining Information on How to Protect Their Interests in the Marketplace

We will:

- On "Consumer Connection," launch a new information product, *Spending Smarter*, which includes interactive tools and a plain language guide designed to help consumers get the most out of every dollar when making major purchasing decisions,
- Create a searchable database of Canadian *policy research* produced by consumer groups and other organizations and academics,
- Evaluate and improve the navigation for "Consumer Connection", so that users can find information more quickly and easily,
- Work with the joint federal-provincial-territorial Consumer

Measures Committee to develop *Reality Choices*, a series of consumer information modules for young adult consumers.

Influence the Formation of Government Policies to Reflect Consumer Interests

- The *Consumer Trends Report* is an ongoing initiative to examine the profile and role of consumers in the rapidly evolving contemporary marketplace. The Report will explore how consumers are faring in the Canadian marketplace and track trends (over time and in comparison with other countries) that affect consumers: demographics, income, wealth, debt, expenditures, attitudes, marketplace frameworks, etc.

The Report is intended to stimulate discussion among key stakeholders, including consumer groups, academics and government policy analysts. It will furnish an analytical base to support deliberations at a planned national symposium on consumer issues and also serve as a comprehensive analysis and overview of contemporary consumer issues,

In 2002-2003 the OCA will: develop the analytical basis for the *Consumer Trends Report*, including the first consultative draft of the Report; establish a new advisory committee to provide input on the Report; and begin advance planning for a national symposium on new directions in consumer analysis.

We will also:

- In partnership with the provinces and territories, launch a study of the implications of the *General Agreement on Trade in Services* negotiations on the

capacity of governments to regulate in the area of consumer protection,

- Begin an *exchange of information and analysis* among federal departments and agencies with consumer protection responsibilities to help build a common understanding of consumer issues and explore means to more effectively share resources and experience.

Promote Cooperation in the Development of Consumer Policies Across Canada

To build toward a potential federal-provincial-territorial meeting of ministers responsible for consumer affairs in 2003, the Office of Consumer Affairs will

work with the Consumer Measures Committee on the following policy issues:

- A proposal for a harmonized approach to determine which jurisdiction's consumer laws apply in disputes between *consumers and businesses located in different jurisdictions*,
- Development of a harmonized approach determining in which cases *credit card chargebacks* would be required,
- Development of an approach for consumer protection in the *alternative consumer credit* market (i.e. payday lenders).

Assist Consumer Organizations to Represent Consumer Interests Effectively to Government and the Private Sector

The Office of Consumer Affairs will:

- Review provisions governing eligibility for the Contributions Program for Non-Profit Consumer and Voluntary Organizations to provide greater clarity about which organizations are and are not eligible to receive funding,
- Promote greater co-operation amongst *major national consumer organizations* in areas such as information exchange, the development of common positions on public issues, and the pooling of resources to communicate with the public,

- Lead a partnership of consumer groups, academics and government personnel in work to design an effective consumer research network that will improve the ability of consumer organizations, academics and government policy analysts to exchange information and ideas.

Work with Governments, the Consumer Movements and the Private Sector to Develop New Approaches to Consumer Protection

The Office of Consumer Affairs will:

- Upon final agreement with stakeholders, publish the *Electronic Commerce Code of Practice*, and launch a related promotional Web site and public awareness efforts,
- Work with consumer organizations to bring the business practices of an initial group of on-line merchants up to the standards of the Electronic Commerce Code of Practice,

- Participate in the development of an international standard for complaints handling, and,
- With national stakeholders, explore the feasibility of national and international standards for *market-based codes of conduct*.

Note: all publications mentioned in this Business Plan are available either on-line or through the Office of Consumer Affairs. For further information please contact:

Office of Consumer Affairs
Industry Canada
255 Albert Street, 10th Floor
Room 1023
Ottawa, Ontario
K1A 0H5
<http://consumer.ic.gc.ca>
<http://ConsumerInformation.ca>

- Collabore avec les gouvernements, les mouvements de consommateurs et le secteur privé pour élaborer de nouvelles approches en matière de protection des consommateurs et le Bureau de la consommation :
- Publiez le Code de pratique du commerce électronique et lancez une sensibilisation du public, après accord final avec les intervenants; connectez ainsi qu'une campagne un site Web de promotion
- Travaillez avec les organismes de défense des consommateurs pour sortir accessibles soit en ligne, soit par l'intermédiaire du Bureau de la consommation. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :
- Bureau de la consommation Industrie Canada 255 rue Albertr, 10^e étage Ottawa (Ontario) K1A 0H5
- Bureau de la consommation http://consommation.gc.ca
- Bureau de la consommation http://infoconsommation.ca

traitement des plaintes;

- Participez à l'élaboration d'une norme internationale sur le commerce électronique;
- Conférez aux normes du Code de pratique du commerce commerçants en ligne soient d'un premier groupe de dix les pratiques commerciales qui dépendent des consommateurs pour sortir accessibles soit en ligne, soit par l'intermédiaire du Bureau de la consommation. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :
- Bureau de la consommation Industrie Canada 255 rue Albertr, 10^e étage Ottawa (Ontario) K1A 0H5
- Bureau de la consommation http://infoconsommation.ca
- Bureau de la consommation http://consommation.gc.ca

- Dirigea un partenariat de groupes de consommateurs, d'universitaires et d'employés de l'Etat pour concourir un réseau de recherche en consommation et des analyseuses des politiques publiques à échanger des informations et des idées.

Aider les organismes à consommer à élaboration de positions telles que l'échange d'informations, de collaboration dans des domaines promouvant une meilleure nationaux de consommateurs à admissibles à recevoir des fonds; dans le but de préciser les consommateurs et de bénévoles dans le but de préciser les organismes qui sort ou non nationaux de consommateurs à promouvoir une meilleure collaboration dans des domaines communes sur les enjeux publics et la mise en commun des ressources pour communiquer avec le public;

- Examina les dispositions sur l'admissibilité au Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles dans le but de préciser les organismes qui sort ou non nationaux de consommateurs à élaboration de positions telles que l'échange d'informations, de collaboration dans des domaines promouvant une meilleure collaboration dans des domaines communes sur les enjeux publics et la mise en commun des ressources pour communiquer avec le public;

Le Bureau de la consommation :

Aider les organismes de consommateurs à représenter leurs intérêts de façon efficace auprès du gouvernement et dans le secteur privé

- **Élaboration d'une approche consommateurs et des entreprises différentes:** relativant de juridictions différentes;
- **Élaboration d'une approche harmonisée pour déterminer dans quelles cas les importations dans le secteur de crédit sont de carte de crédit** dans le secteur de la consommation et des entreprises;
- **Élaboration d'une approche harmonisée pour déterminer dans quelles cas les importations sont de carte de crédit** dans le secteur de la consommation et des entreprises;
- **Élaboration d'une approche harmonisée pour déterminer les pratiques parallèles (p. ex. organismes du crédit à la consommation consommateurs dans le marché pour la protection des consommateurs jusqu'à jour de paie).**

- **Proposition pour une approche harmonisée afin de déterminer quelles lois sur la consommation sont appliquées dans les différentes stratégiques suivantes :**

coordonnées avec les responsables du Comité des mesures en matière de consommation les questions relatives au Bureau de la consommation en 2003, le pour préparer la future rencontre fédérale-provinciale-territoriale des ministres responsables de la consommation en 2003, le

Promouvoir la coopération dans le domaine de la consommation dans tout le Canada

contribuer à une compréhension commune des questions de consommation et partager plus efficacement les ressources et l'expérience.

canadien et analysé par les tendances (dans le temps et en comparaison avec d'autres pays) qui ont une incidence sur les consommateurs : données démographiques, revenu, richesse, dette, dépenses, attitudes, encadrément du marché, etc.

- **Le Rapport sur les tendances des consommateurs** est une initiative visant à examiner le profil et le rôle des consommateurs dans le marché contemporain en évolution rapide. Ce rapport portera sur la place des consommateurs sur le marché

l'influence de l'élaboration des politiques gouvernementales pour refléter les intérêts des consommateurs

- Travaillez avec le Comité des mesures en matière de consommation conjoint fédéral-provincial-territorial pour créer des modules d'information à la fois de choisir, une série de modules d'information destinée aux consommateurs adultes.

- Lancer dans « Carrefour des consommateurs » un nouveau produit d'information, *Défenses et bon sens*, qui comprend des outils interactifs et un guide de langage clair et simple destiné à aider les consommateurs à utiliser au mieux chaque dollar si durément gagné lorsqu'ils font un achat important.
- Créer une base de données consultable de recherche de par les organismes de consommateurs et autres organisations et universités;
- Évaluer et améliorer la navigation de « Carrefour des consommateurs » pour que les utilisateurs trouvent l'information plus rapidement et plus facilement;

Nous allons :

Aider les consommateurs à obtenir de l'information sur la manière de protéger leurs intérêts sur le marché

Prix et Reconnaissance
pour le consommateur canadien
Passerelle d'information

La technologie dans l'administration - Gouvernementale - Prix de distinction 2001
 Médaille d'or - Crier des alliances et partenariats
 Innovateurs pour la prestation des services publics
 Médaille d'or - Leadership, réaliastion annuelle
 Commonwealth Association for Public Administration and Management-International
 Innovations Awards
 Programme 2002, Finaliste.

- La poursuite des travaux sur le contenu offensant dans les moyens de communication
- Le développement d'un code de pratique pour protéger les produits génétiquement modifiés
- La poursuite des travaux sur l'éducation volontaire des élégueurs d'une norme d'élaboration d'une norme d'éducation volontaire des élégueurs
- La participation à l'élaboration d'une norme internationale sur le traitement des plâtres.
- La contribution aux réponses du Comité consultatif canadien du Comité de la santé, et du Comité du Gouvernement fédéral à des rapports de l'extérieur, comme ceux du Comité de l'agriculture, du Comité de la santé, et du Comité de la biotechnologie
- La contribution aux réponses du Comité consultatif canadien du Comité de l'agriculture, comme ceux du Comité de l'extérieur, comme rapport à la biotechnologie

trouver de nouveaux moyens de protéger les consommateurs

Le BC a évalué leurs politiques. Les rapports de projet et organisations bilatérales avec chaque groupe pour les aider dans leurs activités de recherche et leurs défense des intérêts des consommateurs.

- L'Etude de problèmes et de domaines, y compris :
 - domains, y compris :
 - domaines possibles dans le domaine de la confidentialité en gérantue médicale;
 - consommateurs dans divers domaines, y compris :
 - pour faire avancer les intérêts des consommateurs dans divers domaines, y compris :
 - travailler sur de nombreux fronts avec de nombreux partenaires
 - Le Bureau de la consommation a travaillé sur de nombreux fronts avec de nombreux partenaires

Trouver de nouveaux moyens de protéger les consommateurs

- L'Etude de problèmes et de domaines, y compris :
 - domains, y compris :
 - domaines possibles dans le domaine de la confidentialité en gérantue médicale;
 - consommateurs dans divers domaines, y compris :
 - pour faire avancer les intérêts des consommateurs dans divers domaines, y compris :
 - travailler sur de nombreux fronts avec de nombreux partenaires
 - travailler de la consommation à l'Etat Bureau de la consommation et avec de nombreux frontis

Travailler avec les organismes de défense des consommateurs

- Le BC a présidé le groupe de travail de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), qui a élaboré les lignes directrices sur la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique. Le BC poursuit son travail avec le comité de la politique sur la consommation de l'OCDE afin de promouvoir la mise en œuvre des lignes directrices.

Evaluation sera publiée à l'automne 2002.

- Protéger leurs intérêts lorsqu'ils sont confrontés à des aspects clés du marché en évolution. Ces produits sont accessibles depuis « Carréfour des consommateurs » dans Stratégis, le site Web d'Industrie Canada en matière d'affaires et de consommation. Ces produits comprennent de l'information et des outils d'affaires et de consommation. Ces organisations provinciales et territoriales, ainsi que par territoires, aideront les consommateurs à porter un nouveau service à la Passerelle, le site Web d'Industrie Canada en matière d'affaires et de consommation. En 2002, le BC a assuré un rôle de leadership portant sur la vie privée, l'aide au magasinage en ligne en toute sécurité, la gestion de l'argent, la façon d'éviter les fraudes et des calculateurs pour réduire les coûts d'utilisation des cartes de crédit, des services bancaires et des fonds communs de placement.
- De concerter avec ses partenaires provinciaux et territoriaux, le BC a publié le Guide du consommateur canadien, édition 2002 sur aider les consommateurs à offrir des produits d'information à la fois sur le Web et conséquemment à aider les consommateurs à utiliser les produits lancés une fois efficacement.

- En 2000, le Bureau de la consommation a lancé la Passerelle d'information pour le consommateur canadien, un portail Internet conçu pour améliorer radicalement l'accès du public à l'information fournie par les organismes provinciaux et territoriaux et facillement à l'aide de l'Internet. Cet outil aidera les consommateurs à accéder à l'information et facilitera leur accès à l'information fournie par les ministères et organismes fédéraux et provinciaux et territoriaux, ainsi que par les organisations provinciales et territoriales, ainsi que par les ministères et organismes fédéraux et provinciaux et territoriaux, pour aider les consommateurs à porter un nouveau service à la Passerelle, le site Web d'Industrie Canada en matière d'affaires et de consommation. En 2002, le BC a assuré un rôle de leadership portant sur la vie privée, l'aide au magasinage en ligne en toute sécurité, la gestion de l'argent, la façon d'éviter les fraudes et des calculateurs pour réduire les coûts d'utilisation des cartes de crédit, des services bancaires et des fonds communs de placement.

Information aux consommateurs

PRINCIPALES RÉALISATIONS ET ACTIVITÉS EN COURS (1999-2002)

- Aider les organismes de défense au près du gouvernement et dans le secteur privé;
- Collaborer avec les mouvements de consommateurs à représenter leurs intérêts de façon efficace
- Aider les consommateurs à se défendre
- Collaborer avec les mouvements de consommateurs et le secteur
- Promouvoir la coopération pour la protection des consommateurs.

- Aider les consommateurs à obtenir de l'information sur la maniéré de protéger leurs intérêts sur le marché;
- Influencer la formulation des politiques gouvernementales pour refléter les intérêts des consommateurs;
- Promouvoir la coopération pour la protection des consommateurs tout le long de l'élaboration de politiques de consommation dans tout le Canada;

Dans le cadre de ses activités, le Bureau de la consommation et des secteurs public et privé, dans les secteurs public et privé, utilise l'information et des instruments stratégiques pour innover et soutenir la réglementation sur la protection des consommateurs. Au cours des deux prochaines années, le BC S'efforcera de s'acquitter de son mandat en réalisant cinq objectifs stratégiques :

loutefois, deux familles sur trois au Canada n'ont connu qu'une légère amélioration réelle de leur niveau de vie au cours de leur auissement. Les consommateurs dont les revenus sont moins élevés, qui ont moins de temps à consacrer à la compréhension d'un marché plus complexe et à forte intensité d'information ou qui sont moins bien informés ont vu leurs choix diminuer et ont vu leurs choix diminuer et consacrer à la compréhension d'un marché plus complexe et à meilleure compréhension de ces changements sur le marché canadien et à contribuer à définir la manière dont le gouvernement pourra y répondre de façon plus efficace.

Au cours des 10 dernières années, d'importantes changements surviennent dans le marché ont entraîné des avantages considérables pour les consommateurs, ainsi que de l'intensification du commerce nouveau et des défis. La technologie, les nouveaux marchés et services sont produits ont ainsi profité d'une augmentation considérable du commerce. Les consommateurs ont ainsi profité d'une augmentation considérable du nombre de produits offerts, marqué à leurs besoins très divers. Ils sont perdus et d'un plus étendu revenu confortable sont en mesure de connaître une amélioration considérable de leur bien-être et de profiter du marché d'aujourd'hui.

LE ENVIRONNEMENT DES CONSOMMATEURS

Promotion des intérêts des consommateurs et consommatrices du Canada

Le mandat du Bureau de la

consommation (BC) relève du
ministre de l'Industrie, qui est
tenu par la Loi sur le ministre de
l'Industrie de l'Industrie, de « promouvoir les
intérêts et la protection des
consommateurs et consommatrices du
Canada ». La promotion

du consommateur sont un aspect
essentiel de l'attente de l'objectif
stratégique d'Industrie Canada :
« un marché juste et efficace ».

Le Bureau de la consommation
travaille de concert avec d'autres
ministères et organismes
fédéraux, provinciaux et
territoriaux, des associations
intermédiaires et des organi-
sations non gouvernementales
responsables de la protection des
consommateurs afin d'atteindre
ses objectifs. Dans ce document,

Bureau au cours de la période
2002-2003, réalisations importantes du
réalise au cours de la période
d'activités et nous établirons ses
correspondant à son dernier plan
consommateur et consomma-
tion et la protection des
intérêts et consommatrices du
Bureau au cours de la période
2002-2003.

Le Bureau de la consommation
fédéraux, provinciaux et
territoriaux, des associations
intermédiaires et des organi-
sations non gouvernementales
responsables de la protection des
consommateurs afin d'atteindre
ses objectifs. Dans ce document,

consommation de la Bureau

2002-2003

Plan d'activités